



BVDM-INITIATIVE GREENPRINTING STATT GREENWASHING

Immer wieder verzichten Unternehmen oder Organisationen einem vermeintlichen oder auch missverstandenen Umweltschutzgedanken folgend auf Printprodukte. Stattdessen setzen sie auf digitale Kommunikation und verkaufen dies ihren Kunden als ›der Umwelt zuliebig‹.

Dies ist zweifellos eine fragwürdige Imagepolitik zulasten der Verbraucher und zum Schaden der modernen, sauber und kontrolliert arbeitenden Druck- und Medienunternehmen. Daher macht der Bundesverband Druck und Medien unter dem Motto ›Greenprinting statt Greenwashing‹ jetzt öffentlich, dass digitale Kommunikation nicht umweltfreundlicher ist als Print. Eine eigene Landingpage führt in kompakter Form

schlagkräftige Argumente auf, um Greenwashing zu begegnen. So etwa:

- Print ist nachhaltig. Das beweist die Klimainitiative der Verbände.
- Die europäische Papierindustrie forstet mehr Wald auf, als sie verbraucht.
- Digitale Medien verschlingen immense Ressourcen in Herstellung, Betrieb und Entsorgung.
- Das Recycling von Tablets, Smartphones und PCs ist bei Weitem nicht zufriedenstellend gelöst.

Ferner werden auf der Landingpage Infografiken und Motive für den Einsatz in den sozialen Medien zum Download angeboten (siehe Abbildung oben). Beispiele und Hinweise für Greenwashing durch Printverzicht können zudem an info@bvdm-online.de geschickt werden. Der bvdm wird diese Einsendungen prüfen und sich gegebenenfalls mit den Unternehmen oder Institutionen in Verbindung setzen.

»Es ärgert mich, wenn Unternehmen versuchen, sich durch Printverzicht grün zu färben – insbesondere, wenn sie in Branchen arbeiten, die in Umweltfragen deutlich angreifbarer sind als unsere«,



empört sich der bvdm-Hauptgeschäftsführer **Dr. Paul Albert Deimel**.

»Einem großen deutschen Automobilhersteller haben wir jüngst im persönlichen Kontakt deutlich gemacht, was wir davon halten. Und mit der Kampagne Greenprinting statt Greenwashing zeigen wir auch öffentlich, wie nachhaltig Print ist. Dieser Nachweis steht seitens der digitalen Medien noch aus.«

› www.bvdm-online.de/greenwashing

Boomerang CO₂-AUSSTOSS WIEDER GESTIEGEN

Der sogenannte Dieselskandal lässt die Klimaschutz-Bemühungen stocken. Nach jahrelangem Rückgang sind die CO₂-Emissionen bei Neuwagen in Europa 2017 wieder gestiegen. Wie die Europäische Umweltagentur EEA mitteilte, stießen die 2017 registrierten Autos je Kilometer 0,4 g mehr Kohlendioxid aus als die des Vorjahres. Die Werte stiegen an, weil nach dem Dieselskandal mehr Benziner gekauft wurden, deren CO₂-Bilanz indes schlechter als die von Dieselfahrzeugen ist. Erstmals seit 2010 seien in der EU mehr Benziner als Diesel verkauft worden, teilte die EEA mit. Wir sparen uns an dieser Stelle einen Kommentar.

Saniert

**FELDMUEHLE
UETERSEN**

Die sanierte schleswig-holsteinische Papierfabrik Feldmuehle Uetersen GmbH wurde mit Wirkung zum 15. Juni 2018 auf eine Tochtergesellschaft der Berliner Beteiligungsgesellschaft Kairos Industries AG übertragen und von dieser fortgeführt. Die Gesellschaft »Feldmuehle GmbH« wurde eigens für die Übertragung gegründet. Durch die Sanierung konnten 400 der 420 Arbeitsplätze erhalten werden. Der Insolvenzverwalter Dr. Tjark Thies von der Hamburger Kanzlei Reimer Rechtsanwälte hatte im Mai 2018 einen Übernahmevertrag mit Kairos abgeschlossen. Die Übernahme der Feldmuehle Uetersen GmbH ist auf ein langfristiges Engagement ausgerichtet, die bereits Ende 2017 begonnene strategische Neuausrichtung wird fortgeführt.

› feldmuehle-uetersen.com

Herzer Interflex

**SPRINTIS ÜBERNIMMT
»BINDERFLEX«**

Im Zuge eines Asset Deals zwischen der Herzer Interflex GmbH und der Sprintis Schenk GmbH & Co. KG übernahm der Fachgroßhandel für Druckerei- und Werbebedarf in Würzburg zum 1. Juni 2018 einen Großteil des Produktportfolios von Herzer – neben dem Markennamen Binderflex. Christian Schenk, Geschäftsführer von Sprintis, begründet den Schritt wie folgt: »Das Unternehmen bietet einen Teil der Produkte, die auch wir anbieten. Bei den Klebstoffen können wir unseren Kunden ein größeres Sortiment anbieten.«

Die Vertretung des italienischen Herstellers Rilecart wird jedoch nicht übernommen. Kunden von Herzer werden künftig mit Drahtbindespulen des Exklusivlieferanten von Sprintis bedient. Von der Binderflex-Webseite werden Kunden direkt auf die Sprintis Webseite weitergeleitet.

› www.sprintis.de

10 Jahre Saphira

**HEIDELBERG VER-
BRAUCHSMATERIALIEN**

Gemeinsam mit Kunden aus aller Welt feierte die Heidelberger Druckmaschinen AG den zehnten Jahrestag der Marke »Saphira«. Mit Saphira bietet Heidelberg ein breites Portfolio an Verbrauchsmaterialien sowohl für alltägliche Druckaufträge als auch für spezielle Anwendungen. Alle Verbrauchsmaterialien wur-



Gemeinsam mit Kunden aus aller Welt feierte Rainer Hundsdörfer, CEO von Heidelberg, den zehnten Jahrestag der Marke »Saphira«.

den eigens für den Einsatz in Lösungen von Heidelberg optimiert und getestet. Gleichzeitig erfüllen die Saphira-Produkte Industriestandards zum Schutz der Umwelt und leisten einen Beitrag zur Investitionssicherung des Equipments.

› www.heidelberg.com

**Athesia Kalenderverlag
CALENDARIA AG
ÜBERNOMMEN**

Die Paderborner Mediaprint-Gruppe konzentriert sich nach dem Kauf der Online-Plattform www.online-druck.biz neben dem klassischen Offsetdruck stärker auf Digitaldruck und die Onlinevermarktung von Druckprodukten. Außerdem soll das Fullservice-Geschäft weiter ausgebaut werden. Im Zuge dieser strategischen Fokussierung hat die Mediaprint-Gruppe sämtliche Aktien der Calendaria AG, Immensee (Schweiz), an die Athesia Kalenderverlag GmbH verkauft. Der Athesia Kalenderverlag mit Sitz in Unterhaching bei München ist mit jährlich 1.000 Kalendertiteln Marktführer in den deutschsprachigen Raum. Die in Bozen ansässige Athesia Unternehmensgruppe beschäftigt rund 1.500 Mitarbeiter. Zum Südtiroler Medienunternehmen gehören unter anderem Tageszeitungen, Buch- und Papeteriehandlungen, Druck- und Tourismusunternehmen.

› www.athesia-verlag.de

**Umbenennung bei UPM
COMMUNICATION
PAPERS**

Der UPM-Geschäftsbereich UPM Paper Europe and North America (ENA) wurde zum 26. April 2018 in UPM Communication Papers umbenannt. Der neue Name soll den Branchenfokus und die globale Ausrichtung des Geschäftsbereichs betonen und das langfristige Engagement von UPM für sein weltweites Geschäft mit grafischen Papieren unterstreichen. Papier ist auch weiterhin ein wichtiger Bestandteil des Medienmixes in der Verlagsbranche und für die Geschäftskommunikation.

UPM Communication Papers als führender Hersteller von grafischen Papieren bietet seinen Kunden aus der Werbebranche, dem Verlagswesen und Anwendern aus Home und Office eine umfangreiche Produktpalette. Die Papiere werden in 15 Papierfabriken in Österreich, Finnland, Frankreich, UK, Deutschland und den USA hergestellt.

› www.upmpaper.de

RAPID
TRANS UT**Unsere Schnellste!****Zusammentragen · Broschürenfertigung**Neues,
dynamisches DesignHöhere
ProduktivitätAutomatische
Formatumstellung

Duplex

MKW**Graphische
Maschinen**www.mkwgmbh.de

MKW Graphische Maschinen GmbH · D-56766 Ulmen · Am Weiher · Telefon +49 (0)2676 93050



HEIDELBERGER DRUCKMASCHINEN 2017 ZEIGTE ERWARTET STABILE ENTWICKLUNG

Heidelberg hat eigenen Angaben zufolge im Geschäftsjahr 2017/2018 (1. April 2017 bis 31. März 2018) deutliche Fortschritte bei der angestrebten Transformation des Konzerns gemacht. Der Umsatz blieb jedoch knapp hinter dem Vorjahr zurück.

Mehrere Kunden hätten sich bereits für das neue Subskriptionsmodell (siehe auch »Druckmarkt 114) entschieden, bei dem Heidelberg Produkte und Dienstleistungen in einem mehrjährigen, nutzungabhängigen Gesamtvertrag anbietet. Mit den im Geschäftsjahr 2018/2019 avisierten mehr als 30 Vertragsabschlüssen soll über die Laufzeit der Fünfjahresmodelle ein Geschäftsvolumen von rund 150 Mio. € generiert werden.

Zudem soll sich die gestartete Serienproduktion digitaler Maschinen im Verpackungs- und Etikettendruck (Primefire und Labelfire) positiv auf den Umsatz auswirken.

»Da sich dies nach der aktuellen Anlaufphase in den nächsten Jahren im Umsatz und Ergebnis niederschlägt, werden unsere mittelfristigen Ziele immer greifbarer«,



kommentiert **Rainer Hundsdörfer**, Vorstandsvorsitzender des Unter-

nehmens, die Entwicklung. Diese beinhalten einen Anstieg des Konzernumsatzes auf rund 3 Mrd. €, ein operatives Ergebnis von 250 bis 300 Mio. € und einen Nachsteuergewinn von mehr als 100 Mio. €.

Nach den Jahresabschluss-Zahlen hat Heidelberg mit einem Konzernumsatz von 2.420 Mio. € die Ziele erreicht. Die Lücke zum Vorjahr (2.524 Mio. €) sei vor allem durch Währungseffekte und den Verzicht auf den mageren schwachen Gebraucht-

maschinenhandel von insgesamt über 100 Mio. € begründet. Der Auftragseingang lag im Berichtszeitraum mit 2.588 Mio. € (Vorjahr: 2.593 Mio. €) auf einem guten Niveau. Das operative Ergebnis betrug im Berichtszeitraum 172 Mio. € (Vorjahr: 179 Mio. €), das Finanzergebnis verbesserte sich auf –48 Mio. € gegenüber –56 Mio. € im Vorjahr. Der Nachsteuergewinn belief sich auf 14 Mio. €.

Vertrieb neu aufgestellt

Zum 1. April 2018 wurde der Vertrieb neu aufgestellt.



Andreas Lang übernahm die Geschäftsführung der Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH (HDD) von Michael Neugart, der die Leitung des Geschäftsbereichs

Postpress innerhalb der Heidelberg Gruppe übernimmt und ausbauen soll. Andreas Lang ist zusätzlich für den Vertriebsbereich Central Europe mit sieben Niederlassungen verantwortlich (vier in Deutschland, je eine in der Schweiz, Italien und Griechenland). Axel Lammer bleibt kaufmännischer Geschäftsführer der HDD und wird zusätzlich das Controlling der weltweiten Vertriebs-einheiten verantworten. Holger Ritzenhofen wird Service Leiter der HDD und zusätzlich Manager für den Servicebereich Central Europe. Schwerpunkt seiner Aufgabe wird die stetige Optimierung der Service Performance sein.

» www.heidelberg.com





ERLEBEN SIE DAS LEBENDIGE KULTURERBE DRUCKTECHNIK IM LEIPZIGER MUSEUM FÜR DRUCKKUNST. **NUTZEN** SIE DIESEN AUTHENTISCHEN ORT DER INDUSTRIEKULTUR FÜR IHR UNTERNEHMEN UND IHRE KUNDEN. **TREFFEN** SIE SICH ZUM NETWORKING IN DER FÖRDERGESELLSCHAFT. **SCHÖPFEN** SIE AUS DEM WISSENSPEICHER RUND UM PRINT. **WIRKEN** SIE MIT AM TREFFPUNKT DER DRUCKBRANCHE. **BETEILIGEN** SIE SICH AM ERHALT UND AUSBAU DER PRIVATEN MUSEUMSTIFTUNG. **SPENDEN** SIE AUF DAS KONTO: DE 92 8605 5592 1100 3969 14. WWW.DRUCKKUNST-MUSEUM.DE

Museum
für
Druckkunst
Leipzig



Bildquelle: VDP

GLOBAL RECYCLING DAY 17 MILLIONEN TONNEN ALTPAPIER WIEDERVERWERTET

Die deutsche Papierindustrie hat die Verbraucher anlässlich des Global Recycling Day am 18. März aufgefordert, beim Sammeln von Altpapier nicht nachzulassen. Altpapier sei mit einer Einsatzquote von knapp 75% der bei Weitem wichtigste Rohstoff in der Papierherstellung in Deutschland.

So seien 2017 in der deutschen Papierindustrie über 17 Mio. Tonnen Altpapier wiederverwertet worden, teilte der Verband Deutscher Papierfabriken mit. Damit gehöre Altpapier zu den am stärksten wiederverwerteten Sekundärrohstoffen. Jede dritte Tonne Altpapier in Europa wurde damit in Deutschland recycelt. Wichtig sei, dass die Verbraucher auch in Zukunft intensiv sammeln und Altpapier nicht mit anderen Materia-

lien vermischten und damit verunreinigten. In Deutschland tragen die Privathaushalte zur Hälfte des Altpapieraufkommens bei. Die andere Hälfte kommt aus der gewerblichen Altpapierfassung, zum Beispiel durch die Sammlung in Supermärkten. Insgesamt werden rund drei Viertel des in Deutschland verbrauchten Papiers wieder eingesammelt. Der Rest verbleibt in langlebigen Produkten wie Büchern, Akten oder Möbeln. Der weltweite Global Recy-

cling Day wurde am 18. März erstmals begangen. Die Initiative des »Bureau of International Recycling« (BIR) verweist dabei auf den verschwenderischen Umgang mit natürlichen Ressourcen und betont die Rolle von Recycling: Zu den sechs wichtigsten Rohstoffen Wasser, Luft, Erdöl, Erdgas, Kohle und Erzen komme als siebte Ressource Recycling-Material hinzu.

› www.globalrecyclingday.com

Verpackungsindustrie

OPTIMISMUS BEIM IPV

Die Verpackungsindustrie profitierte im abgelaufenen Geschäftsjahr von der guten Konjunktur und von dem Wachstum in Deutschland. Der Produktionswert der Branche ist um knapp 1% auf 32,1 Mrd. € gestiegen. Die Produktionsmengen haben sich ebenfalls leicht erhöht.

So blicken auch die Mitgliedsunternehmen des Industrieverbands Papier- und Folienverpackung (IPV) optimistisch in das Geschäftsjahr 2018, wie eine Branchenumfrage des Verbandes ergab. Die Investitionen wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr auf hohem Niveau aufgestockt und die Erwartungen an den Umsatz sind höher als im Vorjahr, wenngleich Kostensteigerungen, vor-

allem für Rohstoffe und Personal, das positive Bild trüben. Die Materialkosten seien der wesentliche Kostenblock dieser Industrie, teilt der IPV mit. Während die Kunststoffrohstoffpreise moderat steigen, stellt die Preis- und Mengenentwicklung im Papiermarkt die Verpackungsindustrie vor große Herausforderungen. Die Papierfabriken seien in weiten Strecken überbucht, die Nachfrage übersteige das Angebot deutlich und die Preisspirale drehe sich nach oben.

Dennoch geht ein Viertel der Befragten von einer besseren Geschäftsentwicklung und über zwei Drittel von höheren Umsätzen als im Vorjahr aus.

› www.ipv-verpackung.de

Horizon Deutschland

FÜHRUNGSTEAM NEU AUFGESTELLT

Um den Herausforderungen des europäischen Marktes zu begegnen und die Zusammenarbeit innerhalb der Horizon Gruppe zu stärken, wurde das Führungsteam der Horizon GmbH mit Sitz in Quickborn bei Hamburg neu aufgestellt.

Mit Wirkung zum 9. Mai 2018 wurde Yoshihiro Oe zum neuen Geschäftsführer der Horizon GmbH in Deutschland bestellt. Oe verantwortet zugleich als General Manager of Global Business bei Horizon International die weltweiten Aktivitäten im Vertrieb und Marketing.

Timm Edelhoff wird die Geschäftsführung als General Manager of Operations bei der Steuerung des Tagesgeschäfts und in der Weiterentwicklung der Unternehmensprozesse unterstützen. Edelhoff übernimmt nach leitenden Funktionen in Logistik und Organisation nun Verantwortung für das gesamte operative Tagesgeschäft.

Für die Vertriebsorganisation von Horizon in Deutschland, Österreich und Ungarn zeichnet künftig Marisa Dütsch verantwortlich. Die Buchbindemeisterin hat zehn Jahre Erfahrung als Produktmanagerin bei Horizon gesammelt und wurde nun zur Vertriebsleiterin berufen.

Paul Jakobson, seit der Marktausweitung nach Nordeuropa als Sales Manager Nordic tätig, wurde zusätzlich zum Advisory Director der Horizon GmbH ernannt.

› www.horizon.de

CrefoZert

O/D OTTWEILER DRUCKEREI & VERLAG

Die O/D Ottweiler Druckerei und Verlag GmbH wurde von der Creditreform mit dem CrefoZert ausgezeichnet. Die strengen Kriterien für die Vergabe des Zertifikats erfüllen nur ca. 1,7% der 3,9 Mio deutschen Unternehmen. Die O/D hat schon seit Jahrzehnten einen Bonitäts-schlüssel bei Creditreform im



»Das Zertifikat signalisiert Unternehmen, Geschäftspartnern und Kunden mehr Sicherheit und Stabilität«, sagt Dr. Carsten Uthoff, Geschäftsführer der Creditreform Saarbrücken, der das Zertifikat an die kaufmännische Geschäftsführerin der O/D Ottweiler Druckerei und Verlag GmbH, Petra Krenn, aushändigte.

vorderen Bereich. Nun hat sich das Unternehmen entschieden, die Bonität durch das CrefoZert bestätigen zu lassen, um das nach außen kommunizieren zu können.

› www.creditreform.de



Kasseler Studie

WERBEBRIEFE AUCH HEUTE WIRKSAM

Werbebriefe sind auch im Zeitalter der Digitalisierung ein wirksames Werbemittel. Das hat eine Studie der Universität Kassel ergeben.

Demnach verweigern nur 20% aller Haushalte Werbebriefe aktiv durch Aufkleber auf Briefkästen.

Die Studie von Dr. Andreas Mann, Professor für Marketing, und Dr. Andrea Barkhof, Mitarbeiterin am Fachgebiet Marketing, untersucht die Gründe, warum Personen keine Werbebriefe empfangen möchten. Das Ergebnis: Meist ist es nicht nur die Aufdringlichkeit der Werbung. Zusätzlich spielen soziale Normen eine Rolle.

»Wer viele Werbeverweigerer in der Nachbarschaft hat, ist wahrscheinlich selbst einer«, sagt Prof. Dr. Mann. 41% der Befragten gaben an, sie seien von der Papierentsorgung zumindest etwas genervt. Unter umweltbewussten Menschen sind häufiger Werbeverweigerer.

Werbebriefe gelten im Vergleich zu E-Mails als glaubwürdiges Medium. Zudem müssen sie nicht zwangsläufig geöffnet werden, um Erfolg zu haben. »Auch ein ungeöffneter, gut gestalteter Umschlag mit Logo und Slogan des Absenders hinterlässt oft einen Eindruck«, so Mann. »Man spricht dabei von einem »Berührungserfolg«.

Gerade im digitalen Zeitalter mit überbordenden Informationsangeboten ist der physische Kontakt etwas Besonderes.« Unternehmen wissen das zu schätzen: 7,9 Mrd. € haben sie 2016 in Deutschland für Werbebriefe ausgegeben.

› www.uni-kassel.de

KOOPERATION FIPP, das Netzwerk für globale Zeitschriften-Medien, wird sich mit der Ifra World Publishing Expo und der DCX Digital Content Expo zusammenschließen. Diese Kooperation ist eine Premiere für die Zusammenarbeit der beiden Weltverbände für Zeitungs- und Zeitschriften-Medien. Die Führungsspitzen von WAN-Ifra, Weltverband der Zeitungen und Nachrichtenmedien, und dem Magazin-Weltverband FIPP haben dies kürzlich gemeinsam angekündigt.

› www.ifra-dcx.com › www.fipp.com

PREISERHÖHUNG Kodak hat eine globale Preiserhöhung für Kodak Offsetdruckplatten angekündigt. Die Druckplattenpreise werden um bis zu 9% steigen. Details zur neuen Preisstruktur wird Kodak in den kommenden Wochen seinen Kunden in aller Welt mitteilen.

› www.kodak.com

DREI MAL GOLD Bei der Verleihung des größten europäischen Content Marketing Awards in Wien freute sich Koenig & Bauer über einen Goldregen: Die zusammen mit der Hamburger Designagentur Mutabor umgesetzte Jubiläumsbox zum 200. Geburtstag des Druckmaschinenherstellers überzeugte die Jury in drei Kategorien. Der Inhalt schlägt eine Brücke von der Vergangenheit in die Gegenwart und besteht aus einem Buch, einer Broschüre und einem Poster.

› www.koenig-bauer.com

CHARITY CREATIVE Urlaub, Weihnachten, Geburtstag, Ostern, Erntedankfest, Plätzchenbacken mit der Familie, Zeit mit Freunden oder Tieren – das alles sind Momente, die für Kinder Glück bedeuten. Deshalb hat Cewe-Print.de diese Glücksmomente als Motto für die dritte Auflage des Charity Creative Awards zugunsten der SOS-Kinderdörfer gewählt. Bis zum 30. August 2018 können kreative Köpfe, ob Profi oder Nachwuchsgrafiker ihre Illustrationen einreichen. Die besten Entwürfe werden für die SOS-Design-Edition genutzt. Der Erlös aus den Postkarten kommt der Arbeit der SOS-Kinderdörfer weltweit zugute. Zusätzlich unterstützt Cewe-Print.de die Hilfsorganisation mit 100 € pro Teilnehmer.



› www.cewe-print.de

VIERTER STANDORT Neben den Standorten in Vreden, Hamburg und Stuttgart baut Laudert nun die Inhouse-Unit beim Versandhaus Walz zu einem eigenständigen Standort aus. Dank des neuen Studios in Oberschwaben stärkt das Unternehmen seine Präsenz im Süden.

› www.laudert.com

KLIMANEUTRAL Mit einer Viertelmillion klimaneutral gedruckter Aufträge verzeichnet die Onlinedruckerei Onlineprinters einen bedeutsamen Meilenstein: 250.000 Mal haben sich Kunden des Unternehmens dazu entschieden, durch Unterstützung eines Klimaschutzprojektes alle CO₂-Emissionen auszugleichen, die durch die Herstellung ihres Druckprodukts anfallen.

› www.onlineprinters.com



DRUCKINDUSTRIE ZUVERSICHT TROTZ SCHWIERIGER ERTRAGSLAGE

Die deutsche Druck- und Medienwirtschaft unterliegt nach wie vor einer schwierigen Ertragslage. Steigende Kosten für wichtige Vorleistungen und anhaltend starker Wettbewerb erlaubten es den Unternehmen 2017 kaum, Kosten in gleicher Höhe an ihre Kunden weiterzugeben.

Gleichzeitig nahmen die Umsätze der Druck- und Medienbetriebe leicht zu und ihre Gewinne lagen auf dem Vorjahresniveau – beides Anzeichen einer sich gegenüber den Vorjahren stabilisierenden Geschäftslage. Dies geht aus der Branchenumfrage des Bundesverbandes Druck und Medien (bvdm) hervor, die er im Januar 2018 mit über 440 teilnehmenden Unternehmen durchgeführt hat. Mit der Umfrage, die in Zukunft jähr-

lich durchgeführt werden soll, verfügt der bvdm über eine breite Datenbasis, die über existierende Erhebungen und Statistiken hinausgeht. Die Ergebnisse erlauben genauere und vertiefte Einblicke in die Lage der Branche, ihre wirtschaftliche Situation und Zukunft. So befürchtet die Branche für 2018 eine weiter verschärfte Preissituation. Rund zwei Drittel der Unternehmen stellen sich auf teureres Druckpapier ein, 25% befürchten Steigerungen von über 5%.

Den erwarteten Kostensteigerungen stehen 2018 nur moderate Verkaufspreissteigerungen gegenüber: Lediglich 37% der Unternehmen gehen von höheren Preisen für Druckprodukte aus. 63% der Umfrageteilnehmer erwarten eher stabile (44%) oder sinkende (19%) Verkaufspreise. Trotzdem sind die Druckunternehmen zuversichtlich, sich in dem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld behaupten zu können.

Für 2018 erwartet die Mehrheit der Umfrageteilnehmer wachsende oder gleichbleibende Umsätze und Gewinne. Viele planen zudem, mehr in Software und effizientere Prozesse zu investieren.

»Genauere Kenntnisse der wirtschaftlichen Lage unserer Branche sind die Grundlage für erfolgreiche Verbandsarbeit – von der Investitionsberatung bis zur politischen



Interessenvertretung«, erklärt **Dr. Paul Albert Deimel**, Hauptgeschäftsführer

des bvdm. »Die Ergebnisse der Befragung unterstreichen, dass der Transformationsprozess der Branche noch lange nicht abgeschlossen ist.«

› www.bvdm-online.de

Ausbildungsstatistik

AUSBILDUNGS- VERTRÄGE 2017 STABIL

Die Ausbildungsstatistik des bvdm zeugt von der hohen Ausbildungsbereitschaft der Branche, die sich den Widrigkeiten der demografischen Entwicklung widersetzt. Bei der Zahl der Ausbildungsverträge in der Druck- und Medienwirtschaft wurde das Vorjahresniveau mit einem leichten Plus von 0,21% gehalten. Die Neuabschlüsse belaufen sich auf 3.056 Verträge (2016: 3.027). Zunahmen verzeichnen die Berufe Mediengestalter, Medientechnologe Druck und Druckverarbeitung. Weniger Ausbildungsverträge wurden bei den Berufen Medientechnologe Siebdruck, Buchbinder und Packmitteltechnologien abgeschlossen. Fast 65% aller Auszubildenden lernen den Beruf Mediengestalter. › www.bvdm-online.de

KOENIG & BAUER

Ready.

We are ready
for **postpress.**

Ab jetzt ist Koenig & Bauer auch Ihr Partner für Postpress. Profitieren Sie im gesamten Produktionsprozess von der Expertise und Innovationskraft des ältesten Druckmaschinenherstellers der Welt. Sind Sie bereit?

KBA-Deutschland GmbH
kba-d-gmbh@koenig-bauer.com

koenig-bauer.com/postpress

we're on it.